

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern sekarang ini perkembangan teknologi yang sangat pesat menjadikan fungsi dari teknologi itu sendiri menjadi semakin bervariasi dan luas, salah satu penggunaan teknologi adalah sebagai media promosi dalam memasarkan beberapa produk (Priyambudi dan Hidayat, 2013).

Perkembangan bisnis di Indonesia akhir-akhir ini lebih menonjol dari segi kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, sehingga perusahaan tahu apa jenis strategi pemasaran dan bagaimana harus diterapkan di perusahaan (Setiawanto dan Saputra (2012).

Dari banyaknya teknologi yang sedang berkembang saat ini, *Augmented Reality* adalah salah satu teknologi yang bisa dimanfaatkan sebagai media promosi yang interaktif. *Augmented Reality* menggabungkan objek maya dua ataupun tiga dimensi dengan objek nyata tiga dimensi yang kemudian memproyeksikannya dalam satu waktu yang nyata (Herdianto, 2012).

Dengan menggunakan *Augmented Reality* yang menggabungkan antara dunia maya dan dunia nyata, ini merupakan solusi yang sangat baik dan sangat berpengaruh pada *Brand Awareness* bagi sebuah produk, sehingga meningkatkan angka penjualan dari produk tersebut (Lazuardy, 2012).

Permasalahan yang kemudian muncul adalah dalam kenyataan yang terjadi di lingkungan usaha, pemanfaatan teknologi sebagai media promosi masih belum banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Pengusaha belum menyadari pentingnya menggunakan teknologi sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan mereka. Padahal, teknologi memainkan peranan penting sebagai media promosi yang dapat meningkatkan bisnis mereka dan itu akan berbeda dengan pesaing lainnya. Sebagai salah satu jenis usaha, penjualan pakaian batik biasanya hanya menggunakan media cetak seperti brosur sebagai media promosi mereka. Brosur yang kemudian diedarkan kepada pengunjung kebanyakan hanya berisi foto-foto pakaian batik. Akibatnya, brosur menjadi tidak menarik sehingga pengunjung yang ingin melihatnya juga cenderung bosan yang akibatnya informasi tentang pakaian batik tidak tersampaikan dengan maksimal.

Berdasarkan hal tersebut maka muncul gagasan dari peneliti untuk melakukan sebuah penelitian tentang pemanfaatan teknologi pada pemasaran sebuah produk pakaian batik yang lebih menarik. Yaitu dengan mengimplementasikan teknologi *Augmented Reality* untuk media promosi pakaian batik, sehingga pengunjung dapat melihat informasi tentang pakaian batik secara digital. Maka dari permasalahan yang muncul penulis

mendapatkan sebuah gagasan untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “IMPLEMENTASI TEKNOLOGI *AUGMENTED REALITY* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAKAIAN BATIK”.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana mengimplementasikan teknologi *Augmented Reality* pada media pemasaran pakaian batik agar lebih menarik ?”

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah supaya penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sistem yang dibuat nantinya akan menampilkan pakaian batik secara digital.
- b. Metode *tracking* menggunakan metode *Marker Tracking*.
- c. Pemodelan 3D yang ada di dalam penelitian hanya sebagai contoh dari produk yang akan menjadi bahan pemasaran.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat sebuah media promosi untuk produk pakaian batik dengan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pengguna
 - a. Diperoleh sebuah media promosi yang lebih menarik dengan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality* yang diharapkan dapat meningkatkan dan mempermudah promosi sebuah produk pakaian batik.
 - b. Dapat berperan serta dalam melestarikan budaya batik di Indonesia.
 - c. Mengenalkan teknologi *Augmented Reality* sebagai salah satu alternatif media promosi yang bisa digunakan untuk pelaku usaha kecil dan menengah.
2. Bagi peneliti

Manfaat yang didapat bagi peneliti adalah dapat mempelajari dan mengembangkan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan serta ilmu dan pengetahuan baru yang tidak diperoleh dari perkuliahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi yang memuat uraian secara garis besar isi skripsi adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi mengenai latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka meliputi dua bagian yaitu telaah penelitian dan landasan teori. Pada telaah penelitian berisi tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Sedangkan landasan teori berupa definisi-definisi penjas yang mendukung penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang waktu dan tempat penelitian, alat dan bahan, dan alur penelitian. Dari alur penelitian dapat diketahui apa saja yang dilakukan untuk mendapat data penelitian dan metode analisisnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dipaparkan hasil-hasil dari penelitian serta pembahasannya. Data penelitian disajikan dalam bentuk tabel, gambar atau grafik. Pembahasan menyajikan analisis terhadap data yang diperoleh, termasuk uraian yang membandingkan hasil penelitian ini dengan hasil penelitian lain yang telah ada sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang meringkas apa yang diperoleh dalam penelitian dan dijelaskan dalam bab hasil dan pembahasan.